

Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan *Financial Behavior* Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Pada Generasi Z Di Kota Tobelo

Rahmad Unonongo

Istitut Agama Islam Negeri Ternate (IAIN) Ternate, Indonesia
rahmadunonogo100@gmail.com

Saiful

Istitut Agama Islam Negeri Ternate (IAIN) Ternate, Indonesia
saiful@iain-ternate.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak Literasi Keuangan Digital dan *Financial Behavior* terhadap Perilaku Konsumtif belanja *online* pada Generasi Z di Kota Tobelo. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik perekaman data melalui distribusi kuesioner kepada 100 responden yang generasi z, yaitu mereka yang lahir antara 1995 dan 2010 dan diwakili oleh Kota Tobelo. Teknik analisis data yang digunakan adalah beberapa regresi linier menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Digital memiliki dampak signifikan pada perilaku konsumtif belanja *online* ke arah negatif. Semakin tinggi tingkat Literasi Keuangan Digital, semakin rendah perilaku konsumsi individu. Sampai saat itu, *Financial Behavior* tidak akan berdampak besar pada perilaku konsumtif. Pada saat yang sama, Literasi Keuangan Digital dan *Financial Behavior* memiliki dampak signifikan pada perilaku konsumtif dengan nilai signifikan 0,000 dan koefisien penentuan (R^2) 0,607. Ini berarti bahwa 60,7% variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh dua variabel independen. Temuan ini menggambarkan betapa pentingnya untuk meningkatkan kemampuan keuangan digital generasi Z sebagai langkah strategis untuk mengurangi pola konsumsi selama periode transaksi digital yang semakin luas.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Digital, Financial Behavior, Perilaku Konsumtif, Belanja Online, Generasi Z

Abstract

The operational reality of cart transport services at Sanana Port is frequently *The purpose of this study is to analyze the impact of Digital Financial Literacy and Financial Behavior on online shopping consumer behavior among Generation Z in Tobelo City. This study uses a quantitative approach with data recording techniques through the distribution of questionnaires to 100 respondents from Generation Z, namely those born between 1995 and 2010 and represented by Tobelo City. The*

Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Financial Behavior....

data analysis technique used is multiple linear regression using SPSS software. The results of this study indicate that Digital Financial Literacy has a significant impact on online shopping consumer behavior in a negative direction. The higher the level of Digital Financial Literacy, the lower the individual's consumption behavior. Until then, Financial Behavior will not have a significant impact on consumer behavior. At the same time, Digital Financial Literacy and Financial Behavior have a significant impact on consumer behavior with a significance value of 0.000 and a coefficient of determination (R^2) of 0.607. This means that 60.7% of the variation in consumer behavior can be explained by the two independent variables. These findings illustrate how important it is to improve the digital financial capabilities of Generation Z as a strategic step to reduce consumption patterns during the period of increasingly widespread digital transactions.

Keywords: Digital Financial Literacy, Financial Behavior, Consumptive Behavior, Online Shopping, Generation Z.

A. Pendahuluan

Di era digital saat ini, literasi keuangan digital menjadi salah satu aspek penting yang perlu dipahami oleh setiap individu, terutama oleh generasi muda. Generasi Z, yang saat ini tumbuh di tengah kemajuan teknologi dan informasi. Generasi ini memiliki akses yang lebih besar terhadap layanan keuangan digital, yang memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi dan mengelola keuangan dengan lebih efisien. ¹Literasi keuangan digital mencakup pemahaman tentang produk keuangan, pengelolaan anggaran, serta kesadaran akan risiko dan manfaat dari berbagai instrumen keuangan. Literasi keuangan sangat berpengaruh pada pengambilan keputusan finansial. Individu yang memiliki literasi tinggi cenderung lebih mampu mengelola pengeluaran dan menghindari utang yang berlebihan. Dalam konteks Generasi Z, memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan digital dapat membantu mereka membuat keputusan yang lebih bijak dalam belanja *online* dan investasi. Generasi Z memiliki kemampuan dan pengetahuan yang diperlukan untuk penggunaan teknologi digital secara hati-hati, tepat, dan aman. Terdapat banyak masalah yang signifikan dengan perilaku keuangan di era globalisasi, sehingga perencanaan yang baik harus didasarkan atas analisis data dan informasi. Kapasitas untuk menggunakan manajemen keuangan, termasuk mengumpulkan dan menilai informasi umum yang ditujukan untuk pengambilan keputusan dan memahami hasilnya dikenal dengan literasi keuangan. Perilaku konsumtif ini cenderung dilakukan oleh Generasi Z. Seperti belanja untuk kebutuhan sehari-hari yang biasanya dilakukan secara *offline* saat ini berubah menjadi secara *online*. Belanja *online* saat ini menjadi gaya hidup semua kalangan mulai dari pelajar, pebisnis, serta masyarakat yang tidak memiliki waktu untuk keluar rumah sehingga tidak mempunyai waktu untuk berbelanja di *offline store* untuk mencari kebutuhan dan produk yang diinginkan. Perilaku konsumtif terjadi ketika seseorang mengabaikan pertimbangan terhadap kelebihan atau urgensi suatu barang atau jasa, dan lebih berfokus pada pemenuhan keinginan

¹ Ramaita, R., Armaita, A., & Vandelis, P. (2019). Hubungan ketergantungan smartphone dengan kecemasan (nomophobia). *Jurnal Kesehatan*, 10(2), h.90-93.

pribadi. Generasi Z cenderung menunjukkan perilaku konsumtif ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif khususnya dalam belanja *online*. Hasilnya diharapkan dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi kalangan akademisi, tetapi juga bagi praktisi dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan program edukasi keuangan yang lebih efektif. Program ini dirancang untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan Generasi muda sehingga mereka dapat membuat keputusan finansial yang lebih bijak, terutama di era transaksi digital yang semakin marak. Kemampuan literasi keuangan yang memadai memungkinkan Generasi Z lebih cerdas dalam mengelola keuangan mereka, terutama dalam menghadapi berbagai godaan belanja *online*. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang produk keuangan dan risiko yang menyertainya, mereka dapat menghindari keputusan finansial yang tidak menguntungkan. Oleh sebab itu, penting untuk memasukkan literasi keuangan digital ke dalam sistem pendidikan formal sebagai komponen utama. Pendekatan ini dapat membekali generasi muda dengan dasar yang kokoh untuk mengembangkan keterampilan keuangan yang diperlukan.² Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman hubungan antara literasi keuangan digital, perilaku keuangan, dan perilaku konsumen. Dengan memahami hubungan ini, Generasi Z di Kota Tobelo seharusnya lebih siap menghadapi tantangan keuangan di era digital. Pengetahuan yang diperoleh dari penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan generasi muda. Melalui pendekatan holistik, Generasi Z akan menjadi konsumen yang terinformasi dan bertanggung jawab. Berdasarkan rumusan masalah tersebut diatas, penelitian dilakukan dengan tujuan sebagai berikut: Untuk menganalisis terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara literasi keuangan digital terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada Generasi Z di Kota Tobelo. Untuk menganalisis pengaruh positif dan signifikan antara *Financial Behavior* terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada Generasi Z di Kota Tobelo. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan *Financial Behavior* secara simultan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada Generasi Z di Kota Tobelo.

B. Kajian Teori

1. Teori *Planned Behavior*

Teori Perilaku Terencana (TPB), yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991, berakar dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang diperkenalkan pada tahun 1967. TPB didasarkan pada pandangan bahwa individu biasanya bertindak rasional dengan mempertimbangkan konsekuensi dari pilihan mereka sebelum mengambil tindakan. Teori ini memberikan kerangka untuk memahami bagaimana sikap seseorang mempengaruhi perilakunya. Ada tiga faktor utama

² Mirza, R., Hisan, K., & Maulana, Z. (2024). Berkah Finansial: Tantangan dan Implementasi Perencanaan Keuangan Syariah Generasi Z Kota Langsa. *IHTIYATH: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 8(2), h.1-14.

dalam teori ini yang mendorong perilaku individu: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Sikap terhadap perilaku mengacu pada penilaian individu terhadap apakah suatu tindakan bermanfaat atau merugikan. Norma subjektif berkaitan dengan pengaruh sosial, atau sejauh mana seseorang merasakan tekanan dari orang lain untuk melakukan suatu tindakan. Sementara kontrol perilaku yang dirasakan mencerminkan sejauh mana individu merasa memiliki kendali atas kemampuan untuk melakukan suatu tindakan, dengan mempertimbangkan apakah tindakan tersebut mudah atau sulit dilakukan. Jika suatu aktivitas dianggap mudah, individu lebih cenderung melakukannya; sebaliknya, jika dianggap sulit, mereka mungkin ragu untuk melakukannya.³

2. *Literasi Keuangan Digital*

Literasi keuangan digital adalah kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan informasi keuangan yang tersedia secara *online*. Dalam konteks ini, literasi keuangan digital mencakup pengetahuan tentang produk dan layanan keuangan yang ditawarkan melalui platform digital, serta kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi dengan memanfaatkan teknologi. Di era digital saat ini, literasi keuangan tidak hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga merupakan keterampilan penting yang harus dimiliki oleh setiap individu untuk membuat keputusan finansial yang bijak.⁴

Individu merasa tidak percaya diri untuk menggunakan layanan teknologi keuangan tersebut karena kurangnya keterampilan dan pengetahuan mengenai keuangan dan digital. Angka literasi keuangan digital masyarakat Indonesia pada tahun 2023 masih berada pada angka 25%. Hal tersebut berbanding jauh jika dikomparasikan dengan angka inklusivitas keuangan masyarakat Indonesia yang mencapai 85%.⁵ Salah satu aspek utama dari literasi keuangan digital adalah pemahaman tentang berbagai produk keuangan yang tersedia secara *online*. Ini mencakup akun bank, investasi, pinjaman, dan asuransi yang dapat diakses melalui aplikasi atau situs web. Individu perlu mampu membedakan antara produk yang berbeda dan memilih yang paling sesuai dengan kebutuhan serta situasi keuangan mereka. Tanpa pemahaman yang cukup, mereka berisiko terjebak dalam produk yang tidak menguntungkan

3. *Financial Behavior*

Perilaku Keuangan atau *Financial Behavior* adalah bidang studi yang menggabungkan teori psikologi perilaku dan kognitif dengan isu keuangan konvensional. Hal ini bertujuan untuk menjelaskan mengapa individu sering membuat keputusan keuangan yang tidak rasional. Perilaku keuangan berkaitan

³ Effendi, M. I., Sugandini, D., Sukarno, A., Kundarto, M., Arundati, R., & Berliana, N. (2020). Perilaku pro-lingkungan pada mahasiswa, h.61-63.

⁴ Puteri, A. M., Inanda, I., & Prasetio, R. B. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap preferensi bank digital di kalangan mahasiswa. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(4), h.16-25.

⁵ Ramadhan, D., Asri, H. R., Gisijanto, H. A., Hartanti, N. D., & Setyarini, E. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Generasi Muda. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(04), h.162-170.

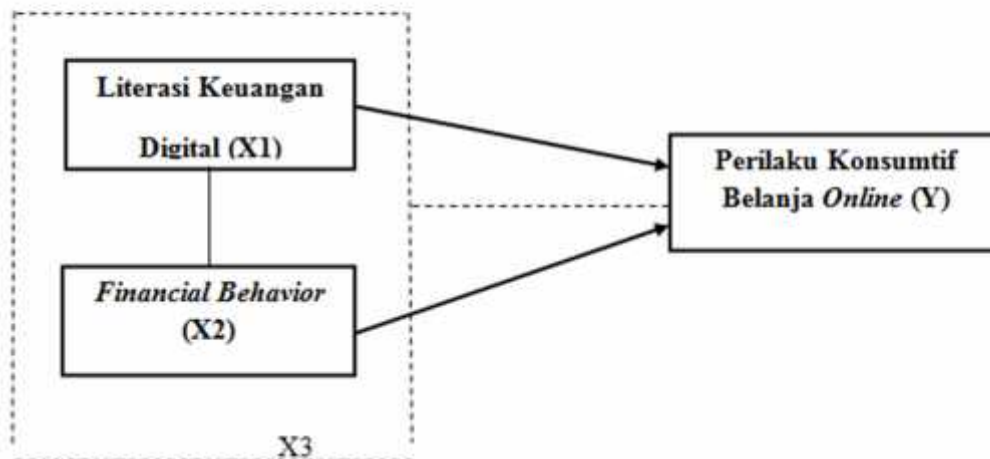
dengan akuntabilitas seseorang dalam mengelola keuangan mereka, yang dipengaruhi oleh tingkat tanggung jawab keuangan dan bagaimana mereka mengelola sumber daya yang ada. Untuk mengelola uang dan aset dengan efektif, diperlukan tanggung jawab keuangan.

4. Kerangka Pikir

Kerangka Konseptual berfungsi sebagai bentuk konteks untuk mengetahui dengan cara apa teori yang terhubung ke beberapa aspek, dinilai menjadi perhatian krusial. Keterkaitan antara variabel bebas dan variabel terikat yang menjadi bahan penelitian akan dijelaskan secara teoritis. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu literasi keuangan digital (X1), dan *financial behavior* (X2). Sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah perilaku konsumtif belanja *online* pada Generasi Z di Kota Tobelo (Y).

Berdasarkan teori yang sudah dipaparkan dalam tinjauan pustaka sebelumnya maka kerangka teori yang kemudian ini adalah.

Gambar
Karangka Konseptual



. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari dua kata, yaitu *hypo* (berarti belum pasti benar) dan *tesis* (berarti kesimpulan). Hipotesis merupakan dugaan sementara atas suatu permasalahan penelitian yang kebenarannya harus dibuktikan melalui data yang dikumpulkan. Dengan demikian, hipotesis masih memerlukan pengujian untuk memastikan validitasnya.⁶ Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan sebelumnya, yaitu:

H01 :Variabel Literasi Keuangan Digital tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada Generasi Z

⁶ Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), h.96-102.

Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Financial Behavior....

- Ha1 : Variabel Literasi Keuangan Digital berpengaruh kearah negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada Generasi Z
- H0 : Variabel Financial Behavior tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada Generasi Z
- H2 : Variabel *Financial Behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada Generasi Z
- H0 : Variabel Literasi Keuangan Digital dan *Financial Behavior*, tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada Generasi Z
- H3 : Variabel Literasi Keuangan Digital, berpengaruh kearah negatif sedangkan *Financial Behavior*, berpengaruh kearah positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada Generasi Z.

C. Metode

literasi keuangan digital, *financial behavior*, dan perilaku konsumtif belanja *online* secara objektif melalui data statistik. Pendekatan ini memungkinkan generalisasi hasil ke populasi Generasi Z di Kota Tobelo dengan tingkat akurasi yang lebih tinggi. Selain itu, metode kuantitatif lebih efisien dalam pengumpulan data melalui kuesioner serta memungkinkan analisis dengan teknik statistik seperti regresi atau korelasi untuk mengidentifikasi pola dan pengaruh antar variabel. Dengan demikian, penggunaan metode ini membantu mengurangi subjektivitas peneliti serta memberikan hasil yang lebih terukur dan sistematis..

a. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian

Lokasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah di Kota Tobelo, Kab. Halmahera Utara, Prov. Maluku Utara dan waktu penelitian ini selama 3 bulan di mulai sejak diterimanya pada seminar proposal. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan setelah ujian proposal

b. Populasi dan Sempel

1). Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z yang tinggal di Kota Tobelo. Generasi Z didefinisikan sebagai individu yang lahir antar tahun 1995 – 2010+.

2). Sempel

Dari hasil perhitungan di atas dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%, maka yang akan menjadi sampel dari penelitian ini adalah sebesar 99,856 yang dibulatkan menjadi 100 sampel.

D. Hasil

Tabel 4.5
Uji Analisis Linier Berganda

1) Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh kepuasan X1 dan X2 terhadap Y.⁷ Hasil perhitungan analisis regresi linear berganda melalui *software* SPSS dapat dilihat pada Tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.184	2.739		7.369	.000
	X1	-.068	.130	-.054	-.527	.600
	X2	.075	.113	.067	.658	.512

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah, SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel diatas maka X1 dan X2 dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = -0.571 + 0.504X1 - 0.079X2 + e$$

Nilai konstan sebesar 20,184. Menyatakan bahwa: jika seluruh variabel independen (Literasi Keuangan Digital, dan *Financial Behavior*) adalah nol, maka perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 20,184.

Koefisien Literasi Keuangan Digital (X1) bernilai Negatif terhadap perilaku konsumtif yakni Y : -0,068 yang berarti bahwa setiap yang terjadi peningkatan X1 sebesar 1% maka Y akan meningkat sebesar 0,6%. Koefisien negatif artinya menunjukkan Literasi Keuangan Digital tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Koefisien *Financial Behavior* (X2) bernilai Positif terhadap perilaku konsumtif Y yakni : 0,075 yang berarti bahwa setiap peningkatan X2 sebesar 1%. Maka Y akan meningkat sebesar 7%. Koefisien positif artinya menunjukkan semakin baik *Financial Behavior*, maka semakin besar pula perilaku konsumtif.

2) Uji R² (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen, yaitu literasi keuangan digital (X1) dan *financial behavior* (X2) dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif belanja online (Y) pada Generasi Z di Kota Tobelo.⁸ Hasil pengujian koefisien determinasi disajikan pada Tabel berikut:

⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021), h. 106–108.

⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021), h. 128–130.

Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.431 ^a	.186	.169	3.53023

a. Predictors: (Constant), X1, X2

Sumber: Data Diolah, SPSS (2025)

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan nilai R Square sebesar 0.186 atau 18,6%, artinya variabel X1 dan X2 dapat menjelaskan sebesar 18,6% variabel Y. Sedangkan sisanya (100% - 18,6% = 81,4%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

E. PEMBAHASAN

F. Simpulan

Pembahasan ini bertujuan untuk menelaah secara kritis hasil penelitian yang telah diperoleh serta mengaitkannya dengan teori-teori yang relevan dan temuan-temuan empiris sebelumnya. Penelitian ini mengkaji pengaruh Literasi Keuangan Digital (X1) dan *Financial Behavior* (X2) terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* (Y) pada Generasi Z di Kota Tobelo.

1. Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan Digital (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0.293 (> 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan digital belum cukup untuk mengendalikan perilaku konsumtif dalam belanja *online* pada Generasi Z.

Temuan ini tidak sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital mampu mengurangi perilaku konsumtif karena individu menjadi lebih bijak dalam mengelola pengeluaran melalui platform digital.⁹ Salah satu alasan kemungkinan perbedaan ini adalah karena meskipun Generasi Z memiliki akses dan pengetahuan terhadap layanan keuangan digital, belum tentu mereka mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam pengambilan keputusan keuangan sehari-hari.¹⁰

2. Pengaruh *Financial Behavior* terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t menunjukkan bahwa *Financial Behavior* (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05). Ini berarti bahwa semakin baik kebiasaan keuangan seseorang seperti menyusun anggaran, menabung secara teratur, dan menghindari utang konsumtif

⁹ Lusardi, A., & Mitchell, O. S., *The economic importance of financial literacy: Theory and evidence*, *Journal of Economic Literature*, 52(1), (2014), h. 5–44.

¹⁰ Wardhani, F. K., & Harahap, D. A., *Pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial*, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, (2022), 8(1), h. 45–56.

maka semakin rendah kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif secara daring.¹¹

Penemuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *Financial Behavior* yang positif berkontribusi dalam pengendalian konsumsi, termasuk dalam konteks penggunaan aplikasi belanja *online*.¹² Dengan demikian, perilaku konsumtif Generasi Z dapat ditekan melalui pembiasaan pengelolaan keuangan pribadi yang lebih disiplin.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.186 mengindikasikan bahwa 18,6% variasi perilaku konsumtif belanja *online* dapat dijelaskan oleh literasi keuangan digital dan *Financial Behavior*. Sementara sisanya, yaitu 81,4%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini, seperti pengaruh media sosial, tekanan teman sebaya, kondisi emosional, promosi *e-commerce*, dan impulsivitas.¹³

E.Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan digital dan *financial behavior* terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada Generasi Z di Kota Tobelo. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada Bab IV, maka dapat disimpulkan beberapa poin berikut:

1. Literasi Keuangan Digital (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji t yang menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.293 (> 0.05). Meskipun literasi keuangan digital penting dalam konteks transaksi digital, pengetahuan tersebut belum cukup kuat secara statistik untuk mengurangi perilaku konsumtif belanja *online* pada responden Generasi Z.
2. *Financial Behavior* (X2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05), yang mengindikasikan bahwa semakin baik perilaku keuangan seseorang, maka semakin rendah kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif secara daring.
3. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.186 mengindikasikan bahwa 18,6% variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel X1 dan X2. Sementara sisanya sebesar 81,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti promosi digital, tekanan sosial, gaya hidup, dan impulsivitas..

Saran

¹¹ . Xiao, J. J., & Porto, N. *Financial education and financial satisfaction: Financial literacy, behavior, and capability as mediators*, International Journal of Bank Marketing, (2017), 35(5), h. 805–817.

¹² . Indrawati, A., & Sari, D., *Financial behavior and its impact on online shopping habits among Indonesian youth*. *Asian Economic and Financial Review*, (2022), 13(2), h. 120–135.

¹³ Rakhmani, I., & Siregar, A., *Media sosial dan konsumsi impulsif generasi Z*, Jurnal Komunikasi, (2020), 12(1), h. 30–44.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Generasi Z, disarankan untuk terus meningkatkan literasi keuangan digital agar lebih cerdas dan bijak dalam melakukan transaksi *online*, serta mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan.
2. Bagi lembaga pendidikan dan pemerintah, perlu diadakan program edukasi literasi keuangan digital secara rutin, baik melalui seminar, pelatihan, maupun integrasi dalam kurikulum sekolah dan kampus, agar generasi muda memiliki pemahaman keuangan yang memadai.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas ruang lingkup variabel, misalnya dengan menambahkan faktor gaya hidup, tekanan sosial, penggunaan media sosial, atau perilaku impulsif agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif

Referensi

- A, Ade Maharini, et al. *Universitas Ngurah Rai Denpasar 2022*.
- Alysa, Alysa, et al. "Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Menabung Dan Perilaku Berbelanja Pada Generasi Z." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, vol. 6, no. 3, Sept. 2023.
- Ardiansyah, et al. "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif." *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, vol. 1, no. 2, 2023.
- Asrun, Nicky Armyfa, and Ade Gunawan. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Medan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Media Intervening." *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, vol. 5, no. 1, Apr. 2024.
- Baiq Fitri Arianti, and Khoirunnisa Azzahra. "Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan : Studi Kasus UMKM Kota Tangerang Selatan." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, vol. 9, no. 2, 2020.
- Febrianti, Ulfa Sofiana, and Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti. "Pengaruh Media Sosial (Tik Tok) Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2023/2024." *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, vol. 2, no. 7, July 2024.
- Fotaleno, Fahmy, and Denny Setiawan Batubara. "Fenomena Kesulitan Generasi Z Dalam Mendapatkan Pekerjaan Ditinjau Perspektif Teori Kesenjangan Generasi." *Jurnal Syntax Admiration*, vol. 5, no. 8, 2024.
- Fungky, Tiana, et al. "Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi (Studi
- Al-Mizan: Jurnal Kajian Hukum dan Ekonomi Vol: 11 No: 2*

- Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019)." *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 1, 2021.
- Ghufron, Idil, and Kholid Ishomuddin. "KOSMARA : Konsep Pengembangan Ekonomi Pesantren Dan Pengendalian Pola Perilaku Konsumtif Santri Di Pondok Pesantren Nurul Jadid." *Al-Ulum Jurnal Pemikiran Dan ...*, vol. 8, no. 1, 2021.
- Irawati, Rina, and Irawan Budi Prasetyo. "Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Dan Mempertahankan Bisnis Di Masa Pandemi (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Di Malang)." *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, vol. 6, no. 2, 2021.
- Journal, Community Development, et al. *Peningkatan Literasi Keuangan Untuk Generasi Muda*. no. 5, 2024.
- Ma'arif, Alwi Ilqam, and Mukh. Nursikin. "Pendidikan Nilai Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang." *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, vol. 5, no. 2, 2024.
- Mirza, Rinda, et al. *Berkah Finansial : Tantangan Dan Implementasi Perencanaan Keuangan Syariah Generasi Z*. no. 2, 2024.
- Muda, Generasi, and Era Digital. *Hal. 1700*. no. 1, 2024.
- Muhammad Basri, and Muarif Leo. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Digital Terhadap Preferensi Bank Digital." *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, vol. 3, no. 4, 2023.
- Nasional, Survei, and Literasi D. A. N. Inklusi. *Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan*. 2022.
- Oktaviani, Monica, et al. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa." *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, vol. 9, no. 2, Dec. 2023.
- Ph.D. Ummul Aiman, S. Pd. Dr. Karimuddin Abdullah S. HI. M. A. CIQnR Misbahul Jannah M. Pd., et al. "*Metodologi Penelitian Kuantitatif*." *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*, Martapura, 2022.
- Pokhrel, Sakinah. "No Title ." *Ayan*, vol. 15, no. 1, 2024.
- Rahayu, Rita. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital : Studi Pada Generasi Z Di Indonesia*. no. 1, 2022.
- Rahmawati, Mudita, et al. "Pengaruh Manajemen Keuangan Pada Generasi Z Untuk Kesejahteraan Keuangan Jangka Panjang." *Blantika: Multidisciplinary Journal*, vol. 2, no. 6, 2024.
- Ridwan, Muhammad. *Online Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Lazada Di Medan) Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan*. 2018.
- Sampoerno, Alfrin Erman, and Nadia Asandimitra Haryono. "Pengaruh Financial Literacy, Income, Hedonism Lifestyle, Self-Control, Dan

Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Financial Behavior....

- Risk Tolerance Terhadap Financial Management Behavior Pada Generasi Milenial Kota Surabaya.” *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 9, no. 3, 2021.
- Sari, Nikmata, et al. *Pengaruh Literasi Keuangan Digital Payment Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa, Universitas Teknologi Sumbawa*.
- Virgilio Jeremmy Ramadani. “Study Perilaku Risiko, Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi.” *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, vol. 1, no. 3, 2023.
- Wahyuni Efry Diyanty NIM, Tri, and Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. *Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Beasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah* Skripsi Oleh. 2024.
- Wulandari, Delfia. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Generasi Z Di Kota Padang.” *Jurnal Riset Psikologi*, vol. 5, no. 4, 2022.
- Yam, Jim Hoy, and Ruhayat Taufik. *Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*. no. 2, 2021.